



دورة استراتيجية قنوات التوزيع وتغطية السوق



دورة استراتيجية قنوات التوزيع وتغطية السوق

المرجع: 158431_768 التاريخ: 15 - 19 فبراير 2027 المكان: ميلان الرسوم: Euro 5700

نظرة عامة

دورة استراتيجية قنوات التوزيع وتغطية السوق دورة متوسطة لمدة 5 أيام لفرق تخطيط القنوات وقيادات المبيعات وتطوير الأعمال والتحليل التجاري وعمليات الشركاء، ويعود المشاركون منها بخطة تحسين الوصول إلى السوق، تربط الدورة تحليل العملاء والمناطق واختيار القنوات المباشرة وغير المباشرة وانتقاء الشركاء واقتصديات القنوات وإدارة التعارض وقياس الأداء والحوكمة. وتفصل تصميم القنوات التجارية عن تشغيل الشبكات اللوجستية والإشراف العام على المبيعات، تطور أجايل للتدريب ممارسة استراتيجية قنوات التوزيع.

الفئة المستهدفة

- وظائف تخطيط القنوات المسؤولة عن مسارات الوصول إلى السوق وخيارات التغطية
- وظائف قيادة المبيعات المسؤولة عن الإيرادات غير المباشرة وأداء المناطق
- وظائف تطوير الأعمال المسؤولة عن محافظ الموزعين والشركاء
- وظائف التحليل التجاري المسؤولة عن اقتصديات القنوات ومقاييس الأداء
- وظائف عمليات الشركاء المسؤولة عن التفعيل والحوكمة والمراجعة

تفترض الدورة أن المشاركين يستطيعون تحليل العملاء والمناطق ونتائج المبيعات وسجلات الشركاء، وتستبعد تصميم المستودعات وتخطيط الشحن والترويج داخل المتاجر وتنفيذ الحملات الرقمية ومهارات البيع الأساسية.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تستخدم مسارات مباشرة أو غير مباشرة أو مختلطة للوصول إلى السوق.

- إدارة قنوات السلع الاستهلاكية والتجزئة
- المنتجات الصناعية والتوزيع التقني
- التقنية والبرمجيات ومنظومات الشركاء
- الرعاية الصحية وشبكات الخدمات المهنية
- الاستراتيجية التجارية وتطوير الأعمال الإقليمي



أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل شرائح العملاء والمناطق وفجوات تغطية القنوات
- مقارنة القنوات المباشرة وغير المباشرة والمتعددة والمتكاملة
- بناء معايير اختيار الموزعين والشركاء
- تقييم اقتصاديات القنوات والتعارض وأولويات الاستثمار
- استخدام مقاييس المخرجات والأنشطة والقدرات
- بناء خطة تحسين الوصول إلى السوق

جدول الدورة

اليوم 1: تشخيص تغطية السوق

- خريطة شرائح العملاء ومسار الشراء
- مصفوفة إمكانات المناطق وفجوات التغطية
- تقييم البصمة الحالية لقنوات التوزيع
- سجل عوائق الوصول إلى السوق
- موجز تصميم استراتيجية الوصول إلى السوق

اليوم 2: تصميم محفظة القنوات

- شبكة اختيار القنوات المباشرة وغير المباشرة
- خريطة أنظمة القنوات الرأسية والأفقية
- مصفوفة أدوار القنوات المتعددة والمتكاملة
- جدول قرار كثافة القناة وحصريتها
- أسلوب توزيع مراحل رحلة العميل على القنوات



اليوم 3: اختيار الشركاء وتفعيلهم

- ملف شريك التوزيع المستهدف
- بطاقة قدرات الشريك وتغطيته
- قائمة العناية الواجبة التجارية والتشغيلية
- ميثاق دور الشريك ومنطقته
- خطة مراحل التفعيل والتمكين

اليوم 4: حوكمة الاقتصاديات والأداء

- نموذج تكلفة خدمة القناة وهامشها
- خريطة تشخيص تعارض القنوات وحله
- لوحة أداء المخرجات والأنشطة والقدرات
- إطار حقوق القرار والتصعيد
- دورة مراجعة الشركاء وإعادة توازن المحفظة

اليوم 5: ممارسة تحسين الوصول إلى السوق

- تمرين: تشخيص فجوة تغطية منطقة
- تمرين: مقارنة خيارات القنوات المباشرة وغير المباشرة
- تمرين: تقييم شركاء التوزيع واختيارهم
- تمرين: حل تعارض القنوات وإعادة توازن الاستثمار
- المشروع الختامي: خطة تحسين الوصول إلى السوق

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة من السلع الاستهلاكية والمنتجات الصناعية والخدمات التقنية وتوزيع الرعاية الصحية.

- نشاط مقترح: رسم احتياجات وصول العملاء وتحديد فرص المناطق غير المغطاة.
- نشاط مقترح: مقارنة خيارات القنوات وفق التغطية والتحكم والاقتصاديات وتجربة العميل.
- نشاط مقترح: تقييم الشركاء المرشحين وفق القدرات وأدلة التفعيل الخاصة بالدور.
- نشاط مقترح: جمع خيارات المحفظة والحوكمة والمقاييس وإجراءات المراجعة في خطة وصول إلى السوق.



الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة استراتيجية قنوات التوزيع، وماذا تفترض؟

تناسب مخططي القنوات وقيادات المبيعات وفرق تطوير الأعمال والمحليين وعمليات الشركاء، وتفترض القدرة على تحليل العملاء والمناطق ونتائج المبيعات وسجلات الشركاء.

كيف تختلف استراتيجية قنوات التوزيع عن تدريب الشبكات اللوجستية؟

تختار استراتيجية قنوات التوزيع المسارات التجارية والوسطاء وأدوار الشركاء والتغطية والاقتصاديات والحوكمة، بينما يركز تدريب الشبكات اللوجستية على المخزون المادي والمستودعات والنقل والتنفيذ.

كيف تختار المنشأة قنوات توزيع مباشرة أو غير مباشرة؟

تقارن المنشأة احتياجات وصول العملاء وتعقيد العرض وتغطية السوق ومتطلبات التحكم وقدرات الشركاء وتكلفة الخدمة وأثر الهامش وتوقعات الخدمة وقابلية التوسع قبل توزيع الأدوار.

ما أسباب تعارض القنوات في استراتيجية الوصول إلى السوق؟

ينشأ تعارض القنوات غالبا من غموض المناطق وتداخل الحسابات وتفاوت الأسعار وتنافس الحوافز وضعف قواعد الفرص وتباين الدعم وغموض الملكية أو مقاييس تكافؤ سلوكا متعارضا.

ما المقاييس التي تتضمنها بطاقة أداء شريك التوزيع؟

تجمع بطاقة أداء الشريك نتائج المخرجات وجودة الأنشطة وأدلة القدرات ومساهمة التغطية ونتائج العملاء وانضباط الفرص وتقدير الخدمة وجودة البيانات والإجراءات التصحيحية المتفق عليها.

الخاتمة

يعود المشاركون بخطة تحسين الوصول إلى السوق تربط احتياجات الشرائح والمناطق وأدوار القنوات وخيارات الشركاء والاقتصاديات والحوكمة ومقاييس الأداء. تحول الخطة قرارات القنوات المنفصلة إلى عملية محفظة قائمة على الأدلة. وتدعم خيارات تغطية أوضح ومساءلة الشركاء وحل التعارض وإعادة توزيع الاستثمار بين الأسواق.